

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Polemik dualisme kompetisi memicu munculnya perpecahan dalam sepakbola Indonesia. Fanatisme suporter Indonesia mulai goyah dengan munculnya klub lokal yang mempunyai dua klub dengan nama yang sama namun menjalankan kompetisi yang berbeda.

Fenomena dualisme sepakbola Indonesia dimulai dengan munculnya dualisme kasta tertinggi kompetisi sepakbola di Indonesia. Pada akhir era Nurdin Halid sebagai ketua umum Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) muncul dualisme kompetisi pada kasta liga profesional yaitu Liga Primer Indonesia. Kompetisi Liga Primer Indonesia (LPI) pada tahun 2011 sebagai kompetitor Liga Super Indonesia (LSI) dibawah induk federasi sepakbola Indonesia yaitu PSSI. LPI merupakan kompetisi sepakbola antar klub di Indonesia yang menduduki kasta tertinggi (liga profesional) yang mengacu pada misi Federasi Sepakbola Internasional (FIFA) yaitu klub seepakbola tidak bergantung kepada dana dari pemerintah atau FIFA sekali pun.

Dualisme yang muncul dalam sepakbola di Indonesia menjadi masalah baru bagi suporter sepakbola tanah air secara umum. Suporter adalah salah satu bagian dari motivasi klub sepakbola agar meraih prestasi yang baik dalam menjalankan kompetisi sepakbola nasional.

Persis Solo merupakan salah satu dari daftar klub di Indonesia yang mendapatkan efek dari dualisme PSSI. Pada era Djohar Arifin sebagai ketua umum PSSI, Persis Solo mengalami perpecahan. Ada dua kubu yang berbeda yang sama-sama mengangkat nama Persis Solo sebagai klub yang menjalani kompetisi divisi utama, yaitu Persis Solo versi PT Liga Prima Indonesia Sportindo (LPIS) dan Persis Solo versi PT Liga Indonesia (LI).

Dualisme yang dialami oleh klub sepakbola Persis Solo ini menyebabkan Pasoepati dibuat bingung dalam memberikan dukungan. Bersamaan dengan dualisme yang terjadi di tubuh Persis Solo, berdampak pemberitaan media massa dalam wilayah Solo dan sekitarnya khususnya pada media online suporter Persis Solo.

Pemberitaan mengenai pertandingan Persis Solo dinilai kurang ramai di media massa nasional khususnya pada portal berita media online. Media online di Solo yang mengangkat tentang informasi mengenai berita olahraga fokus pada bidang sepakbola Persis Solo dan suporter Pasoepati yaitu Pasoepati.Net dan Sambernyawa.com.

Peran media massa sebagai sarana mencari informasi mengenai berita Persis Solo sangatlah penting bagi masyarakat Solo khususnya komunitas suporter Pasoepati. Dalam hal ini media online menjadi pilihan utama mengenai isu yang sedang berkembang. Kecepatan dalam membagi informasi kepada khalayak dinilai lebih cepat diterima daripada menunggu siaran televisi atau cetakan koran lokal yang

terbitnya menunggu esok hari. Media online dekat dengan Pasoepati yaitu Pasoepati.Net.

Pasoepati.net atau yang sering dikenal dengan sebutan Pasnet bagi Pasoepati berperan penting, karena berita yang dimuat oleh Pasoepati.Net lebih banyak mengabarkan mengenai segala informasi mengenai Persis Solo dan aktivitas mengenai suporter Pasoepati.

Gambar 1. Tampilan website Pasoepati.net



Website merupakan kumpulan halaman didalam media internet yang menyediakan informasi data teks, visual, audio, serta gabungan antara visual dan audio (video). (Sumber : Pasoepati.Net)

Awal mula Pasoepati.Net berdiri saat klub sepakbola Persis Solo saat mencapai prestasi terbaik terakhir adalah pada tahun 2006 yang berhasil menjadi *runner up* kompetisi Divisi I usai dikandaskan Persebaya Surabaya di babak final.

Atas prestasi ini Persis Solo mendapat jatah promosi ke divisi utama pada musim kompetisi 2007-2008. Dan pada tahun 2008 Pasoepati.Net resmi berdiri sebagai media online yang menyajikan berita olahraga mengenai informasi tentang klub sepakbola Persis Solo dan Pasoepati.

Dari tahun 2008 hingga 2010 media online Pasoepati.Net fokus dalam memberitakan Persis Solo yang bermain di kompetisi Divisi Utama Liga Indonesia. Namun pada tahun 2010 muncul kompetisi baru yang digagas oleh salah satu pengusaha di Indonesia yaitu Arifin Panigoro dengan menggelar pertandingan kompetisi kelas profesional yaitu Liga Prima Indonesia (LPI). LPI merupakan kompetisi yang diluar induk kepengurusan PSSI, LPI merupakan kompetisi tandingan dari Liga Super Indonesia (LSI) yang beroperasi berdasarkan program milik regulasi PSSI.

Efek yang ditimbulkan oleh dualisme kompetisi tingkat profesional yaitu fenomena klub baru di kota Solo selain Persis Solo yang berkompetisi di Divisi Utama Liga Indonesia yang mengikuti regulasi PSSI, ada pula klub sepakbola Solo FC yang mengikuti regulasi kompetisi LPI.

Fenomena dua klub dalam satu kota di Solo menjadi beban bagi Pasoepati.Net yang awalnya hanya menyajikan informasi mengenai Persis Solo akhirnya meliput juga berita tentang aktivitas Solo FC. Namun dalam pemberitaan Solo FC lebih mempunyai porsi lebih ketimbang berita Persis Solo. Hal ini karena dalam perjalanan kompetisi, Solo FC lebih memiliki prestasi lebih baik dalam menjalankan regulasi

kompetisi LPI daripada Persis Solo yang hanya menang satu kali saat musim 2010/2011 kompetisi Divisi Utama Liga Indoneisa. Dari pengamatan peneliti saat Solo FC menuai prestasi yang bagus pada musim 2010/2011, publik Solo dan Pasoepati lebih mempunyai semangat mendukung Solo FC dan berkurangnya minat untuk menyaksikan Persis Solo yang hanya bermain kalah. Tidak hanya publik Solo maupun Pasoepati, media internet seperti Pasoepati.Net yang menyajikan berita olahraga tentang sepakbola kota Solo juga semakin berkurang porsinya dalam memberitakan mengenai klub sepakbola Persis Solo.

Namun setelah adanya pergeseran kursi kepemimpinan PSSI pada tahun 2011 saat dilaksanakannya Kongres Luar Biasa PSSI di Surakarta, 9 Juli 2011, berakhir sudah masa jabatan Nurdin Halid sebagai ketua Umum PSSI periode sebelumnya. Setelah melalui perjalanan yang panjang, KLB 9 Juli akhirnya menetapkan Ketua Umum, Wakil Ketua Umum dan 9 anggota Komite Eksekutif PSSI periode 2011-2015. Untuk Ketua Umum terpilih Djohar Arifin. Sedangkan Wakil Ketua Umum ditunjuk Farid Rahman. Sementara 9 anggota Komite Eksekutif (*Exco*) adalah La Nyalla M Mattalitti, Mawardy Nurdin, Roberto Rhouw, Tuti Dau, Widodo Santoso, Sihar Sitorus, Erwin Dwi Budiawan, Tony Apriani dan Bob Hippy (Kusuma, 2013).

Pasca pemilihan ketua umum PSSI periode 2011-2015, muncul masalah baru yaitu penetapan liga profesional yang diberikan kepada PT. Liga Prima Indonesia Sportindo. Namun ada pihak dari *Exco* salah satunya adalah La Nyalla M Mattalitti yang mengusulkan liga profesional tetap menjadi milik PT Liga Indonesia yang

mempunyai kompetisi bernama Liga Super Indonesia. Namun usulan tersebut tidak mencapai kesepakatan akhirnya Komite Penyelamat Sepakbola Indonesia (KPSI) dibentuk dan mempunyai ketua umum yaitu La Nyalla M Mattalitti. Dari masalah tersebut muncul klub sepakbola dengan nama yang sama namun mempunyai induk kompetisi yang berbeda.

Selain Solo, dualisme klub dengan nama yang sama yaitu Kota Malang dengan nama klub sepakbola Arema. Namun bedanya dengan kota Solo adalah klub sepakbola asal Malang yaitu Arema menjalankan kompetisi di tingkat liga profesional. Di kota Malang memiliki dua klub sepakbola yang sama-sama mengangkat nama Arema yang berjalan dikompetisi yang berbeda Indonesia Super League (ISL) dan Indonesian Premier League (IPL) pasca dualisme dalam federasi sepakbola Indonesia yaitu PSSI. Klub sepakbola Arema memiliki suporter yaitu Aremania untuk suporter kaum pria dan Aremanita untuk sebutan suporter wanita. Aremania memiliki perjalanan lebih lama dibanding dengan Pasoepati.

Masalah dualisme klub sepakbola yang dialami kota Malang memaksa Ongisnade.Net untuk meliput keduanya. Ongisnade.net adalah portal media online yang memberitakan tentang aktivitas Arema dan Aremania/nita. Ongisnade.Net merupakan pusat informasi yang dipercaya publik kota Malang sebagai media yang fokus terhadap kabar terkini mengenai klub sepakbola Arema dan kelompok suporter Aremania/nita.

Namun dalam perjalanannya dilihat dari pengamatan peneliti, Ongisnade.net lebih condong dalam pemberitaannya kepada klub sepakbola Arema yang menjalankan kompetisi ISL dibawah induk KPSI. Walau pada awalnya Arema IPL mempunyai daya pikat mengenai susunan pemain serta memiliki jalan kompetisi Piala AFC, akan tetapi Arema ISL masih disukai publik kota Malang khususnya Aremania. Peneliti mengamati saat banyaknya penonton yang memadati stadion saat Arema menggelar pertandingan, Aremania lebih banyak memadati tribun stadion saat pertandingan Arema di kompetisi ISL. Ongisnade.net melihat minat Aremania terhadap klub sepakbola Arema Malang yang menjalankan kompetisi di ISL memaksa untuk memberitakan keduanya namun dalam perjalanannya pemberitaan Ongisnade lebih banyak memberitakan yang Arema yang bergulir di ISL. Dalam buku yang berjudul “Rambu Rambu Jurnalistik” dikatakan bahwa standar jurnalistik yang bersifat universal adalah dimana berita harus bersifat obyektif, tidak bersifat subyektif atau opinionated (Syah, 2011:4).

Kebutuhan akan informasi bagi masyarakat dengan memanfaatkan teknologi komunikasi diharapkan dapat memudahkan masyarakat untuk mengetahui informasi yang terjadi didalam lingkungannya hingga dapat mengetahui apa yang terjadi yang diluar lingkungannya. Proses ini penting bagi penyelenggaraan masyarakat yang terdahulu yang berlangsung pada rentang waktu yang lama dan kemudahan yang meluas ke wilayah yang lebih besar. Keterbukaan informasi dapat membawa masyarakat saling bertukar pesan untuk saling mengetahui apa yang sedang terjadi.

Secara umum, jika suatu masyarakat semakin terbuka, semakin muncul kecenderungan untuk mengembangkan teknologi komunikasi kepada potensi tertingginya, terutama dalam artian tersedia secara universal dan digunakan secara luas (McQuail, 2011:27).

Media internet di Indonesia dewasa ini berkembang sangat pesat. Tentu ini merupakan salah satu dorongan untuk mengembangkan media internet sebagai salah satu sarana menyampaikan informasi yang tidak hanya bermuara pada media cetak dan media elektronik.

Menurut Schwoch dan White menggambarkan interaksi ini sebagai rangkaian peristiwa biasa-biasa saja yang mana sejumlah kecil penghentian untuk mengagumi betapa cepat dan betapa tak terpikirkannya beberapa aspek tertentu dari teknologi telekomunikasi berbasis spektrum elektromagnetik dan berbagai jaringan telekomunikasi berbasis kabel seperti telepon menjadi bagian pengalaman hidup kita sehari-hari. (Holmes, 2012:3)

Dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan peristiwa pertama-tama ditentukan oleh sifat media massa yang bersangkutan. Ada beberapa dasar pertimbangan untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa. Dasar pertimbangan itu ada yang bersifat ideologis, politis dan bisnis. Pertimbangan ideologis suatu media massa biasanya ditentukan oleh latar belakang pendiri atau pemiliknya, tetapi pertimbangan ideologis itu bukan

hanya agama, politik, ataupun bisnis, namun penting juga memperhatikan nilai-nilai yang harus dihayati seperti kemanusiaan, kebangsaan dan sebagainya. Hal tersebut menjadi dasar pertimbangan untuk menyiarkannya. (Saputro, 2007 : 10).

Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Khrisna Iswanto mahasiswa yang berasal dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul *Faktor - Faktor Yang Mendorong Kebijakan Redaksional Jawa Pos Dalam Penulisan Berita Dari Sumber Berita Asing Dan Prosedur Pengambilan Beritanya* (2004) menyebutkan bahwa kebijakan redaksional mengacu pada kebutuhan khalayak tentang rubrik internasional. Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kantor berita sangat diperlukan sebagai bahan referensi khususnya untuk berita-berita yang bersifat analisis atau *Depth News*. Sehingga satu pendorong tambahan adalah faktor kebutuhan akan referensi.

Peran media online sebagai acuan bagi khalayak yang membutuhkan akses informasi secara cepat. Ratih Mustikasari mahasiswa yang berasal dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dalam penelitian mengenai *Newsroom Study* dengan judul *Kebijakan Redaksi Pada Media Online Pemerintah (Newsroom Study Pada Media Online Pemerintah Kabupaten Malang)* (2009). Penelitian ini dilatar belakangi oleh peran media online dalam menyajikan informasi seputar pemerintahan Kabupaten Malang setiap harinya. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, karena penelitian ini menggali informasi/pengetahuan mengenai kebijakan redaksi media online pemerintah. Metode penelitian yang

digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu upaya untuk menggali dan mengumpulkan informasi tentang kebijakan redaksi media online Pemerintah Kabupaten Malang. Hasil penelitian tentang kebijakan redaksi pada media online Pemerintah Kabupaten Malang yang meliputi kebijakan penentuan objek liputan, penentuan ruang lingkup peliputan, penentuan peliput berita dan penentuan masa tenggat (deadline). Peranan pemilik lembaga media terhadap isi media dan kebijakannya, dimana pemilik media adalah orang yang mempunyai kewenangan untuk mengatur jalannya kegiatan redaksi, memiliki kewenangan penuh menguasai teks dan newsroom. Isi media dan kebijakan media online pemerintah Kabupaten Malang tergantung sepenuhnya pada otoritas pemegang kekuasaan.

Identitas kelompok suporter ada hubungannya dengan klub sepakbola yang mereka cintai. Penelitian yang dilakukan oleh Shodiq Setyawan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam judul *Konstruksi Identitas Suporter Ultras di Kota Solo. (Studi Fenomenologi terhadap Kelompok Suporter Pasoepati Ultras)* (2012) penelitian ini dilatar belakangi oleh konstruksi identitas suporter ultras di Kota Solo. Dalam penelitian, peneliti menggunakan perspektif teori Konstruksi Sosial yang digagas Peter Berger dan Thomas Luckmann serta teori Identitas yang digagas oleh Michael Hecht. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Persis Solo menjadi *meaning unit* yang utama, hal ini karena kembali pada hakekat seorang suporter adalah mendukung tim. Gaya dukungan ala *Ultras* di Italia telah membentuk identitas Pasoepati *Ultras* sebagai sebuah kelompok suporter asal Kota

Solo sebagai pendukung klub yang menjadi identitas budaya Kota Solo yaitu Persis Solo.

Dari sinilah peneliti mulai tertarik untuk melakukan studi tentang berita olahraga mengenai klub sepakbola asal kota Solo yaitu Persis Solo didalam redaksi media online Pasoepati.Net. Pasoepati merupakan salah satu konsumen utama berita mengenai klub sepakbola Persis Solo. Namun seiring berjalannya waktu media online seperti Pasoepati.Net hanya menyoroti berita Persis Solo yang bermain di kompetisi Divisi Utama PT. LPIS. Kebijakan redaksional inilah yang menjadi dasar pertimbangan bagaimana media online dalam peliputan berita mampu diolah menjadi informasi yang layak dikonsumsi oleh khalayak.

Akan sangat menarik bila peneliti mampu memahami dan menjelaskan permasalahan yang akan diangkat. Mengingat secara pribadi, peneliti juga seorang yang sangat mencintai sepakbola. Dengan adanya penjelasan mengenai latar belakang yang telah diuraikan panjang lebar tersebut di atas, penulis memberikan judul skripsi ini “Kebijakan Redaksional dalam Pemberitaan Persis Solo Di Pasoepati.Net”

B. RUMUSAN MASALAH

Dengan melihat uraian pada latar belakang masalah maka rumusan masalah penelitian ini adalah : bagaimana proses pengambilan kebijakan redaksional mengenai berita Persis Solo di Media Online Pasoepati.Net tahun 2013?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui kebijakan redaksional Pasoepati.Net dalam pemberitaan mengenai klub sepakbola Persis Solo
2. Untuk mengetahui sejauh mana peran media online Pasoepati.Net dalam menjalankan fungsinya sebagai bagian dari Pasoepati..

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan studi deskriptif dalam pemberitaan melalui media online. Diharapkan dapat menjadi suatu sarana pembelajaran teoritis tentang bagaimana media online menjalankan fungsi dan peran sosialnya dalam memberikan pemberitaan yang berimbang bagi khalayak.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran khalayak untuk lebih mengetahui bagaimana berita tersebut disajikan dan bagaimana cara media tersebut mengemasnya, sehingga mampu mempengaruhi masyarakat dalam mempersepsikan suatu hal.

E. KAJIAN TEORI

1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna*. Pengertian komunikasi dalam arti kata bahwa komunikasi memiliki kesamaan makna antara kedua pihak yang terlibat. Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, akan tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain (Effendy, 2000 : 9).

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi Hovland tersebut menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication*

is the process to modify the behavior of other individuals). (Carl I. Hovland dalam Effendy, 2000:10)

Pemahaman mengenai pengertian komunikasi dijalankan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya yang berjudul *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”. Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni: Komunikator (*communicator, source, sender*), Pesan (*Message*), Media (*Channel, media*), Komunikan (*communicant, cummunicatee, receiver, recipient*), dan Efek (*effect, impact, influence*). Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Harold Lasswell dalam Effendy, 2000:10)

Komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain muncul dari benaknya (Effendy, 2000 : 11).

Pandangan-pandangan ritual tentang komunikasi berpendapat bahwa individu-individu bertukar pemahaman tidak dari kepentingan diri sendiri atau tidak pula demi akumulasi informasi, akan tetapi dari suatu kebutuhan bagi persekutuan, kesamaan dan persaudaraan (Carey dalam Holmes, 2012:11-12). Dengan mengikuti pendekatan ini, model-model transmisi dari komunikasi dari sisi lain memandang komunikasi sebagai tindakan instrumental pengiriman dan penerimaan pesan dalam cara-cara sedemikian rupa sehingga para pelaku individual pada umumnya dalam kendali rasional. (Holmes, 2012: 12)

Komunikasi dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Menurut Rene Spitz, komunikasi adalah jembatan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian: “Mulut sebagai rongga utama adalah jembatan antara persepsi luar dan persepsi dalam, ia adalah tempat lahir semua persepsi luar dan model dasarnya, ia adalah tempat transisi bagi perkembangan aktivitas intensional, bagi munculnya kemauan dari kepasifan.” (Spitz dalam Mulyana : 2008:17).

Komunikasi dilakukan oleh setiap orang. Setiap orang melakukan komunikasi untuk menyampaikan pesan. Informasi bisa di dapatkan dari orang ke orang, dari media massa atau media baru.

Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu, komunikator (*communicator, source, sender*), pesan, media, komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*) dan efek.

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2000:10).

Menurut Rogers dan Lawrence dalam Cangara mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi, yang pada akhirnya akan mendapatkan saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2006 : 19).

Tubbs dan Moss dalam Mulyana mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih (Mulyana, 2008:65).

Komunikasi merupakan proses dimana setiap orang melakukannya untuk mendapatkan informasi, untuk memperoleh makna dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Menurut Miller komunikasi terjadi karena suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Miller dalam Mulyana, 2008:68).

2. Teori media baru

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya, *The Second Media Age*, yang menandai periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan

mengubah masyarakat. Gagasan tentang era media kedua yang sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1980-an hingga saat ini menandai perubahan yang penting dalam teori media. (Littlejohn, 2009 : 413)

New media adalah sebuah media yang masuk dalam ranah studi komunikasi, khususnya sebagai medium dari komunikasi massa. New media merupakan studi tentang sebuah medium komunikasi yang secara luas terintegrasi ke dalam sebuah jaringan internet atau *electronic media*. Menurut Janet Murray dalam Syaibani (2011:2) yang memberikan sedikit gambaran tentang istilah *new media*, yaitu sebuah representasi medium baru dalam bentuk medium digital. Dari sudut pandang Murray lebih menekankan pada sebuah perkembangan studi Ilmu Komunikasi. Terjadi perkembangan sangat pesat mengenai Ilmu Komunikasi pada akhir abad 20-an. Hal ini ditandai dengan penemuan oleh Tim Berners-Lee yang disebut juga sebagai *Bapak Web*, pada tahun 1991 yaitu *Hypertext Markup Language* (HTML) yang kemudian menjadi basis dari *World Wide Web* (www) yang sekarang ini digunakan. Dari sinilah kemudian banyak peneliti yang menganggap bahwa studi *new media* memang berawal dari tahun 1990an. (Syaibani, 2011:2)

Roger Fidler dalam Syaibani (2011:4) mengenalkan istilah *mediamorphosis* yang membahas tentang evolusi teknologi dalam media komunikasi. *Mediamorphosis* diartikan sebagai transformasi dari media

komunikasi yang difokuskan pada perkembangan teknologi. *New media* muncul dari inovasi-inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Media lama yang dimaksud seperti televisi, film, majalah, buku. Namun media lama tidak serta merta mati begitu saja, akan tetapi media tersebut mulai beradaptasi dan proses menyatu dengan media baru. (Syaibani, 2011:4-5)

Pengertian lain yang disampaikan Terry Flew dalam Syaibani (2011 : 6) mendefinisikan *new media* yang ditekankan pada *forms* atau *format* isi media yang dikombinasikan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital. Kemudian ditambahkan pada sistem penyebarannya yaitu melalui internet. Pada *era digitalisasi* jaringan internet sangat memudahkan khalayak dalam mengakses bentuk-bentuk baru dari media komunikasi. Seperti halnya para remaja SMK ingin mencari informasi mengenai cara merakit robot dari mengumpulkan bahan dasar, proses perakitan hingga hasil jadi. Mereka tidak perlu repot untuk membaca buku tebal yang berada di perpustakaan sekolah, namun mereka hanya duduk didepan layar komputer yang terkoneksi dengan internet, mereka dengan mudah bisa mendapatkan informasi berupa artikel yang menjelaskan tentang bagaimana membuat robot dengan baik benar beserta contoh video penyajian bahan dan perakitan robot melalui *website* yang terintegrasi dengan video di situs *youtube.com*.

3. Jurnalistik

3.1. Jurnalisme

Jurnalistik atau *journalisme* berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar. *Journal* berasal dari bahasa Latin *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari. Dari istilah tersebut melahirkan kata jurnalis, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik. (Hikmat K dan Purnama K, 2012 : 15)

MacDougall menyebutkan bahwa *journalisme* adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Jurnalisme juga sangat penting di mana pun dan kapan pun. Jurnalisme sangat diperlukan dalam suatu negara demokratis. Jurnalisme tidak terpengaruh terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di masa depan, baik sosial, ekonomi, politik maupun yang lain-lainya. Tidak dapat dibayangkan jika suatu saat nanti ketika tidak satu orang pun yang memiliki fungsi mencari berita tentang peristiwa yang terjadi dan menyampaikan berita tersebut kepada khalayak ramai diikuti dengan penjelasan tentang peristiwa itu. (MacDougall dalam Hikmat K dan Purnama K, 2012 : 15-16)

3.2. Jurnalistik Online

Jurnalistik *online* (*online journalism*) disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik *web* (*web journalism*) merupakan

generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism* radio dan televisi). Pengertian jurnalistik *online* terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, *online*, internet, dan *website*. (Romli, 2012:11)

Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi (aktual) atau berita melalui media massa. *Online* merupakan keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet atau *world wide web* (www). *Online* disebut juga sebagai bahasa internet yang berarti informasi yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama khalayak berada dalam jangkauan internet (konektivitas). Internet kependekan kata dari *interconnection-networking*, secara harfiah artinya jaringan antarkoneksi. Internet dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung. Berkat jaringan itulah yang ada di sebuah komputer dapat diakses orang lain melalui komputer lainnya. Internet menghasilkan sebuah media yang dikenal dengan *media online* utamanya adalah *website*. *Website* atau *site* (situs) adalah halaman mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar. Website bisa diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (*Uniform Resource Locator*) yang berawalan *www* atau *http://* (*Hypertext Transfer Protocol*). (Romli, 2012:11-12)

Dari pengertian tersebut bahwa jurnalistik *online* didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi kepada khalayak luas yang memiliki konektivitas untuk menunjang konsumsi berita melalui media internet dengan menggunakan alat bantu komputer atau dengan *smartphone*, utamanya website.

Dalam dunia jurnalistik khususnya jurnalistik *online* memiliki beberapa prinsip yang harus diketahui. Paul Bradshaw dalam Romli (2012:13-14) melalui sebuah blog *onlinejournalismblog.com* dengan judul “*Basic Principal of Online Journalism*” menyebutkan ada lima prinsip jurnalistik online yang disingkat B-A-S-I-C, yaitu :

3.2.1. Keringkasan (*Brevity*)

Berita Online dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang semakin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi. Dalam jurnalisme online hanya berisikan tulisan ringkas dan sederhana yang dapat dikonsumsi pembaca tanpa menggunakan gaya bahasa yang rumit. Hal ini sesuai dengan salah satu kaidah dalam bahasa jurnalistik KISS, yakni *Keep It Short and Simple*.

3.2.2. Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*)

Wartawan online dituntut untuk mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan menyajikan berita menggunakan format suara (*audio*), video, gambar, dan lain-lain sesuai kemampuan media internet dapat membagikan informasi secara mudah diterima oleh pembaca.

3.2.3. Dapat Dipindai (*Scannability*)

Untuk memudahkan para *audiens*, situs-situs yang berhubungan dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

3.2.4. Interaktivitas (*Interactivity*)

Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau *viewer* dibiarkan untuk menjadi pengguna (*user*). Hal ini sangat penting karena semakin *audiens* merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

3.2.5. Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*)

Media online memiliki peran yang lebih besar dari pada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis online juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik tadi.

Saat khalayak disibukkan dengan urusan rumah tangga, seperti memasak di dapur pada Minggu pagi dengan diiringi hujan rintik-rintik. Menuangkan secangkir kopi dan menghadap dinding dapur yang kosong. Dikatakan sebagai siaran berita yang dapat muncul didinding yang sebenarnya layar komputer/televisi raksasa berubah menjadi peta dunia berwarna yang indah. Headline, gambar atau ikon, menunjukkan dengan tepat lokasi-lokasi berita yang sudah di-*setting* program PC dari berbagai sumber berita di seluruh dunia. Khalayak hanya tinggal minta berita yang disukai, atau menerima secara otomatis rangkaian berita televisi berupa suara atau teks. (Ellen Hume dalam Santana, 2005:1)

Kisah Ellen Hume yang memproyeksikan tentang *Perubahan Media Berita*. Teknologi multimedia adalah pemicunya. Setiap orang tidak perlu repot-repot keluar rumah hanya untuk mengetahui segala peristiwa yang terjadi di dunia. Pada pertengahan dekade tahun 1990-an, *The Annenberg Washington Program in Communications Policy Studies of Northwestern*

University memproyeksi “*Perubahan Media Berita*”. Proyeksi ini menggambarkan perkembangan jurnalisme, yang telah menggunakan multimedia. Koran tidak lagi menjadi peran utama. Media cetak bergabung dengan teknologi televisi, radio dan internet. Sebuah pola penerimaan informasi pun dirancang sampai ke tingkat teknologi begitu rupa. (Santana, 2005 : 1-2)

Sejarah media mengajarkan kepada kita untuk membayangkan masa depan dengan serius. Seperti saat perkembangan teknologi saat ini, ketika semua perangkat media telah bersifat digital. Dengan teknologi digital, kebutuhan jurnalisme akan kecepatan semakin dipenuhi. Dengan digitalisasi, informasi dapat dikemas ke dalam beragam format. Kiriman berita dapat digabung dengan hiburan, iklan, surat, sampai belanjaan rumah tangga. Semua itu dikirim melalui perangkat audio dan visual, seperti: komputer multimedia, TV, telepon, fax, dan CD-Rom. Digitalisasi membuat informasi mengalir secara personal dan sekejap diterima ke rumah-rumah. (Santana, 2005 : 2)

Dalam perkembangan teknologi, jurnalisme mendapatkan keuntungan. Komputerisasi, menurut Bittner, membuat pemberitaan dapat dikirim, disebarkan, dan diterima dalam kepingan data-data. Kecepatan ruang-waktu elektronika dipakai untuk mengantarkan pesan bergambar dan bersuara (*multimedia*). Teknologi digitalisasi membuat informasi dapat

diakses siapa pun dan dimana pun secara privat. Setiap berita bisa di-*frame* ke dalam format yang diinginkan penerima. (Santana, 2005 : 3)

Berita dapat di atur secara *any time, any where, and any place* oleh penerima. Tidak lagi harus menunggu jadwal waktu “terbit” media yang menggunakan analog elektronika. Tapi, saat ini masyarakat tinggal mengakses secara *online* pesan yang diinginkan, serta men-*data base* keluasan informasi yang dibutuhkan. Ini mengubah kebiasaan selama ini. Berita koran dan majalah dibatasi dengan jadwal waktu pagi dan sore serta jangkauan distribusi (dan ongkos) ditambah lagi penyampaian berita yang hanya bersifat tekstual. Televisi meski dapat menghantarkan peristiwa dengan menampilkan gambar dan suara, namun tetap dengan waktu siaran yang terjadwal dan membutuhkan persiapan *on air* cukup rumit. Teknologi internet menggabungkan kelebihan, dan menutupi kekurangan, kedua media tersebut. Gambar, suara dan teks berita dapat digabungkan menjadi satu, serta dapat disimpan ke dalam *data base* yang dapat diakses secara *online*. (Santana, 2005 : 3)

Tontonan olahraga sepakbola seperti pertandingan Persis Solo yang bertanding di Stadion Manahan Solo dapat di saksikan berulang kali melalui media *online* dengan cukup membuka situs *Youtube.com* dengan kata kunci Persis Solo. Khalayak tidak perlu menunggu dengan waktu lama mengenai berita Persis Solo melalui koran yang terbit keesokan hari,

namun khalayak dimudahkan dengan hanya membuka situs yang menyajikan berita tentang Persis Solo di internet, misal mengakses berita melalui *Pasoepati.Net* maka berita akan ditampilkan di layar PC atau *gadget smartphone*.

4. Kebijakan Redaksional Media

4.1. Pengertian Kebijakan (Policy)

Henz Eulau dan Kenneth Previt dalam Dewanto (2010:31), merumuskan kebijakan sebagai keputusan yang tetap, ditandai oleh kelakuan yang berkesinambungan dan berulang-ulang pada mereka yang membuat kebijakan dan yang melaksanakannya. Heclo dalam Dewanto (2010 : 31) menggunakan istilah kebijakan publik secara luas yakni, sebagai rangkaian tindakan pemerintah atau tidak bertindak pemerintah atas sesuatu masalah. Jadi lebih luas dari tindakan atau keputusan yang bersifat khusus.

Anderson dalam Dewanto (2010 : 31) memberikan definisi tentang kebijakan publik sebagai kebijakan-kebijakan yang dibangun oleh badan-badan dan pejabat-pejabat pemerintah, dimana implikasi dari kebijakan tersebut adalah: Pertama, kebijakan publik selalu mempunyai tujuan. Kedua, kebijakan publik berisi tindakan-tindakan pemerintah. Ketiga, kebijakan publik merupakan apa yang benar-benar dilakukan oleh

pemerintah, jadi bukan merupakan apa yang masih dimaksudkan untuk dilakukan. Keempat, kebijakan publik yang diambil bisa bersifat positif dalam arti merupakan tindakan pemerintah mengenai segala sesuatu masalah tertentu, atau bersifat negatif dalam arti merupakan keputusan pemerintah untuk tidak melakukan sesuatu. Kelima, kebijakan pemerintah setidak-tidaknya dalam arti yang positif didasarkan pada peraturan perundangan yang bersifat mengikat dan memaksa.

Sedangkan kebijakan publik menurut Woll dalam Dewanto (2010 : 31-32) ialah sejumlah aktivitas pemerintah untuk memecahkan masalah di masyarakat, baik secara langsung maupun melalui berbagai lembaga yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Dalam pelaksanaan kebijakan publik terdapat tiga tingkat pengaruh sebagai implikasi dari tindakan pemerintah tersebut yaitu: Pertama, Adanya pilihan kebijakan atau keputusan yang dibuat oleh politisi, pegawai pemerintah atau yang lainnya yang bertujuan menggunakan kekuatan publik untuk mempengaruhi kehidupan masyarakat. Kedua, adanya output kebijakan, dimana kebijakan yang diterapkan pada level ini menuntut pemerintah untuk melakukan peraturan, penganggaran, pembentukan personil dan membuat regulasi dalam bentuk program yang akan mempengaruhi kehidupan masyarakat. Ketiga, Adanya dampak kebijakan yang merupakan efek pilihan kebijakan yang mempengaruhi kehidupan masyarakat.

Kajian mengenai kebijakan dalam arti luas sebagai usaha pengadaan informasi yang diperluas untuk menunjang proses pengambilan kebijakan telah ada sejak manusia mengenal organisasi dan tahu arti keputusan. Dalam konteks media massa internet, wewenang tinggi dalam pengambilan keputusan mengenai tayang atau tidak sebuah *posting*-an artikel dipegang oleh pimpinan redaksi. Oleh karena itu pimpinan redaksi mempunyai kewenangan dalam menentukan sebuah kebijakan tayang artikel.

4.2. Kebijakan Redaksional

Secara etimologis, redaksi merupakan gaya atau cara menulis karangan, berita atau tulisan. Sekumpulan penulis, penyunting atau pengisi halaman surat kabar, majalah atau buku. Dewan yang memilih dan menetapkan dimuat atau tidaknya suatu berita atau tulisan dalam suatu *media massa*. Karya jurnalistik tidak dapat dipisahkan dari kebijakan redaksional yang ada di *newsroom*, termasuk penghayatan nilai-nilai jurnanisme yang dianut oleh redaktur dan jurnalis di lapangan. Menentukan apakah suatu peristiwa memiliki nilai berita atau tidak, sesungguhnya hal tersebut merupakan langkah awal dalam proses kerja redaksional. Kebijakan redaksional adalah pedoman (baik tertulis maupun tidak tertulis), yang menjadi buku suci redaksi dalam mengelola *newsroom* mulai dari menentukan isu liputan, *angle* liputan, memilih

narasumber, penugasan, sampai dengan format tulisan). (Dewanto, 2010:32-33)

Kebijakan redaksional (*editorial policy*) merupakan sikap dasar dalam menghadapi persoalan yang berhubungan dengan penulisan hingga penyajian berita. Opini dari media bersumber pada kebijakan redaksional yang dapat dianalogikan sebagai sebuah ideologi suatu partai politik yang harus menjadi dasar seluruh kegiatan jurnalistik. Kebijakan redaksi ditentukan ditentukan oleh visi dan misi media massa, termasuk menyesuaikannya dengan perekayasaan untuk mempertahankan dan mengembangkan berita selaras dengan kebutuhan khalayak. Pimpinan redaksi bertanggung jawab atas operasional keredaksian secara keseluruhan. Tempat dimana kegiatan ini berlangsung disebut *dapur redaksi*. (Dewanto, 2010:33)

Apa yang disajikan media pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam Dewanto (2010:34) pada bukunya yang berjudul *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, menyusun faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan yaitu:

4.2.1 Faktor Individual

Faktor yang berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan pada khalayak. Latar belakang individual seperti jenis kelamin, umur dan agama akan mempengaruhi apa yang akan ditampilkan media. Latar belakang pendidikan, kecenderungan orientasi partai politik akan mempengaruhi profesionalisme dalam pemberitaan media.

4.2.2 Rutinitas Media

Berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan program acara. Setiap media umumnya mempunyai ukuran sendiri tentang apa yang disebut program acara, apa ciri-ciri yang baik dan kelayakan program acara. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap harinya dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada didalamnya. Rutinitas media ini berhubungan dengan mekanisme bagaimana media massa dibentuk. Ketika ada sebuah peristiwa penting harus diliput, bagaimana bentuk pendelegasian tugasnya, melalui prose dan tangan siapa penulis naskahnya, siapa peliputnya, siapa editornya sampai pada proses tayang dan seterusnya. Rutinitas media mempunyai dampak yang

penting dalam sebuah produksi *symbolic content*, dan rutinitas itu akan membentuk suatu lingkaran dimana para pekerja melaksanakan pekerjaannya. Apabila rutinitas yang sangat berkaitan satu sama lain membatasi pekerja media secara individual, maka rutinitas itulah yang kemudian berfungsi sebagai batasan itu sendiri.

4.2.3 Organisasi

Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara *hipotetik* mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan merupakan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita, sebaliknya bahwa mereka hanya bagian kecil dari organisasi media. Masing-masing komponen dalam organisasi media mempunyai kepentingan sendiri-sendiri. Didalam organisasi media misalnya, selain bagian redaksi ada juga bagian pemasaran, bagian iklan, bagian *programming*, bagian umum, dan seterusnya. Bagian-bagian tersebut tidak selalu sejalan. Mereka mempunyai tujuan dan target masing-masing, sekaligus strategi yang berbeda dalam mewujudkan target tersebut. Setiap organisasi berita, selain mempunyai banyak elemen juga mempunyai tujuan filosofi organisasi sendiri, berbagai elemen tersebut mempengaruhi bagaimana wartawan harus bersikap dan bagaimana sebuah berita harus dikemas.

4.2.4 Faktor Eksternal Media

Meskipun berada diluar organisasi media, hal-hal diluar organisasi media ini dapat mempengaruhi isi media. Isi media tidak dapat diciptakan secara terisolasi tetapi diciptakan selalu berinteraksi dan mempunyai hubungan timbal balik dengan konteks sosial dimana media itu berada. Faktor-faktor tersebut adalah :

a. Sumber Berita

Sumber berita di sini dipandang bukanlah sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya tetapi juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media. Sehingga media harus dapat mengemas berita tersebut menjadi sebuah berita yang netral tanpa memihak. Pemihakan suatu media terhadap suatu pihak akan menimbulkan polemik yang akan berakibat buruk pada kelangsungan hidup media itu sendiri. Sehingga pemilihan sumber dalam membahas sebuah topik akan berpengaruh pada pembahasan serta hasil yang berbobot untuk mempertajam dan memperkuat berita tersebut.

b. Sumber Penghasil Berita

Sebagai kelangsungan hidup sebuah media, maka dibutuhkan pihak *sponsor* yang dapat menyokong kehidupan media itu sendiri, dan sebagai timbal baliknya maka *sponsor* mendapatkan

spot berupa waktu tayang dan posisi iklan pada media. Pada umumnya *sponsor* akan memanfaatkan spotnya untuk keperluan promosi produknya berupa iklan yang di pasang pada spot yang ditentukan media tersebut. Oleh karena itu maka media harus mempunyai pendirian dalam hal sumber penghasilan media, agar kualitas tayangan dapat berimbang dan tidak memihak pada suatu badan atau kelompok pemilik modal saja.

c. Pihak Eksternal

Pihak eksternal dapat berupa pemerintah dan lingkungan bisnis. Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari lingkungan eksternal media. Dalam hubungannya dengan pihak eksternal yaitu pemerintah dan lingkungan bisnis, media tersebut menggunakan sebuah kode etik jurnalistik yang digunakan dan dijadikan acuan untuk menyajikan berita sehingga pengaruh tersebut menentukan corak media itu sendiri.

4.2.5 Ideologi

Secara etimologis, ideologi berasal dari bahasa Yunani (*Greek*), terdiri dari kata *idea* dan *logia*. *Idea* berasal dari kata *idein* yang berarti melihat. *Idea* dalam *webster's New Colligate Dictionary* berarti “*something existing in the mind as the result of the formulation of an opinion, a plan or the like*” (sesuatu yang ada dalam pikiran

sebagai hasil perumusan sesuatu pemikiran atau rencana). Sedangkan *logis* berasal dari kata *logos*, kata ini berasal dari kata *legein* yang berarti *to speak* (berbicara). Selanjutnya kata *logia* berarti *science* (pengetahuan) atau teori. Jadi ideologi menurut arti kata adalah pengucapan dari yang terlihat atau pengutaraan apa yang dirumuskan di dalam pikiran sebagai hasil dari pemikiran (Sobur, 2004:64).

Media dipandang sebagai instrumen ideologi, melalui dimana satu kelompok menyebarkan pengaruh dan dominasinya kepada kelompok lain. Media tidak dipandang sebagai wilayah yang netral, di mana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok yang ditampung. Media justru bisa menjadi subjek, di mana media mengkonstruksi realitas atas penafsiran dan definisinya sendiri untuk disebarkan kepada khalayak (Eriyanto, 2009 : 58).

F. Metode penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data-data yang diperoleh tidak dilakukan dengan prosedur statistik, dan data yang dikumpulkan tidak berwujud angka melainkan menunjukkan suatu kualitas, prestasi, tingkat dari semua variabel penelitian yang biasanya tidak bisa dihitung atau diukur secara langsung. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang

ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2009 : 24-25).

Dalam pernyataannya Bogdan dan Taylor dalam Pawito (2007 : 84) secara singkat menyatakan metodologi sebagai proses, prinsip, dan prosedur bagaimana peneliti memandang permasalahan dan mencari jawabannya. Jadi metodologi dalam penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif berupa tulisan atau lisan dari perilaku orang-orang yang diamati.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik wawancara mendalam pada sumber yang dituju. Wawancara tersebut dapat berupa kata-kata lisan dari sumber data tersebut kemudian akan diolah. Peneliti akan mencari makna dari data-data yang sudah terkumpul dan mulai menyusun pola hubungan tertentu agar dapat ditafsirkan kedalam satuan informasi kemudian diklarifikasikan sesuai dengan rincian permasalahannya. Pada tahap terakhir, peneliti akan menghubungkan data tersebut serta membandingkannya satu sama lain. Konektivitas dari data tersebut kemudian menghasilkan sebuah kesimpulan dan jawaban atas pertanyaan yang ada,

yakni kebijakan redaksional media *online* Pasoepati.Net dalam menyajikan berita Persis Solo.

2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Pimpinan Redaksi Pasoepati.Net dalam pengambilan keputusan kebijakan redaksional dalam menyajikan berita di situs www.pasoepati.net. Alasan peneliti memilih objek penelitian adalah divisi ini mempunyai wewenang untuk menentukan berita apa yang ingin disampaikan kepada khalayak luas khususnya Pasoepati melalui situs Pasoepati.Net. Dalam implementasinya, peneliti dapat mengembangkan objek penelitiannya sesuai dengan informasi yang masih dibutuhkan. Sehingga pihak lain dapat turut terlibat dalam perencanaan dan pengaplikasian di lapangan, hal ini kemudian dapat menjadi bagian objek penelitian.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian.

Penelitian ini dilakukan melalui pengamatan di situs www.pasoepati.net serta mengikuti rapat redaksi yang dilakukan setiap sebelum dan sesudah pertandingan Persis Solo. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2013.

4. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu :

a. Data Primer

Sumber data primer (data utama) dalam penelitian kualitatif adalah melalui wawancara atau pengamatan berperanserta merupakan hasil usaha gabunagn dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya (Moleong, 2007 : 157). Sumber data utama yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah informan. Informan dalam penelitian ini adalah kepala redaksi Pasoepati.net dan beberapa pihak terkait didalamnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang dikumpulkan selain dari data primer. Pengumpulan data selain dari wawancara dapat diambil dari sumber data tambahan yaitu pengumpulan data yang berasal dari buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi (Moleong, 2007 : 157).

5. Teknik Penentuan Informan

Menurut Pawito (2008 : 88) teknik pengambilan sampel dalam penelitian komunikasi kualitatif berbeda dengan kuantitatif, lebih mendasarkan diri pada alasan atau pertimbangan pertimbangan tertentu (*purposeful selection*) sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu,

sifat metode sampling dari penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah *purpose sampling*.

Peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk meningkatkan kegunaan informasi yang diperoleh dari sampel yang sedikit. Sampling bertujuan membutuhkan informasi yang diperoleh atau diketahui itu dalam fase pengumpulan data awal mengenai variasi di antara sub-sub unit sebelum sampel dipilih.

Jumlah informan yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini ada dua orang penting yang berada didalam susunan redaksional Media Online Pasoepati.Net.

Peneliti menempatkan informan I kepada Zaenal Abidin atau sering dipanggil Nacha selaku Pimpinan Redaksi pada Media Online Pasoepati.Net. Pimpinan Redaksi dalam media tersebut bertugas untuk menentukan berita-berita apa saja yang layak ditampilkan pada situs Pasoepati.Net. Selain menjadi Pimpinan Redaksi dalam Media Online Pasoepati.Net, Nacha juga termasuk dalam kabinet DPP Pasoepati sebagai Menteri Komunikasi dan Informasi.

Peneliti menempatkan informan II kepada Iwan Aji Winata atau sering dikenal oleh khalayak Pasoepati yaitu Adjiwae Onengisme, merupakan Redaktur pada Media Online Pasoepati.Net. Redaktur merupakan posisi

kedua dalam struktur redaksional setelah pimpinan redaksi dalam struktur redaksional pada Media Online Pasoepati.Net yang bertugas sebagai koordinator lapangan yang menugaskan reporter dan fotografer untuk mencari dan mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk bisa ditampilkan disitus Pasoepati.Net.

6. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi :

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diteliti (Kriyantono, 2010 : 110). Sedangkan menurut Guba dan Lincoln dalam Moleong (2007 : 174-175) teknik pengamatan secara langsung untuk mengetes kebenaran dan mengalami secara langsung peristiwa yang terjadi. Teknik ini juga memungkinkan peneliti dapat mengamati secara langsung kemudian mencatat perilaku dan kejadian yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Observasi dilakukan pada situs Pasoepati.Net dan di redaksional Pasoepati.Net.

b. Wawancara

Menurut Berger dalam Kriyantono (2010 : 100) wawancara adalah percakapan antara seorang peneliti yang mengharapkan informasi dengan informan yang diasumsikan sebagai pemilik informasi penting mengenai suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari sumbernya. Menurut Moleong (2007 : 186) wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu dengan melibatkan dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan kepada kepala redaksi Pasoepati.Net dan beberapa pihak yang terkait didalamnya.

c. Dokumentasi

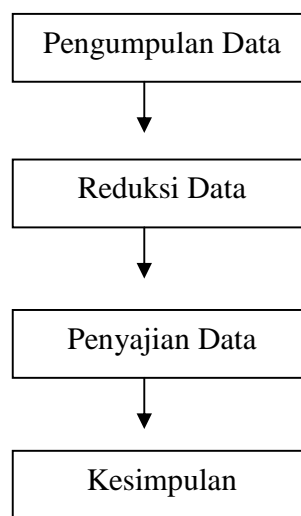
Peneliti melakukan studi dokumentasi untuk mengumpulkan sumber data tertulis baik berupa laporan penelitian, dokumen, foto, artikel dan catatan-catatan pribadi. Metode ini digunakan agar peneliti dapat memperoleh data berupa dokumentasi mengenai Pasoepati.Net.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif. Data-data yang diperoleh dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara yang dilakukan, catatan lapangan, dokumentasi, dan sebagainya. Teknik analisis kualitatif menurut Miles dan

Huberman dalam Pawito (2008 : 104) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Gambar 2. Analisis data Model dari Miles dan Huberman



a. Pengumpulan data

Peneliti melakukan proses pengumpulan data yang dilakukan dengan beberapa metode pengambilan data yang ditempuh peneliti seperti, Wawancara dengan informan, Observasi, Dokumentasi.

b. Reduksi data

Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhanaan dan pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan

bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

c. Penyajian data

Merupakan bagian penting yang kedua dari kegiatan analisis. Penyajian dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan. Penyajian data merupakan usaha yang menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi dan disajikan ke dalam laporan yang sistematis dan mudah dipahami.

d. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian menjadi pokok permasalahan dari peneliti terhadap apa yang diteliti. Pada tahapan ini peneliti mengambil kesimpulan terhadap data yang telah direduksi ke dalam laporan secara sistematis dengan cara membandingkan, menghubungkan, dan memilih data yang mengarah pada pemecahan masalah. Serta mampu menjawab permasalahan dan tujuan yang hendak dicapai.

8. Validitas Data

Validitas data dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh, secara akurat dapat mewakili realitas atau gejala yang diteliti (Pawito, 2008 : 97).

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Triangulasi terdiri dari sumber, metode, dan teori.

Menurut Patton dalam Moleong (2007 : 330) triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut dapat dibandingkan dengan cara sebagai berikut (Moleong, 2007 : 331) :

- a) Membandingkan hasil data pengamatan dengan hasil data wawancara
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang di muka umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan dari sudut pandang orang seperti rakyat

biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan

- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berhubungan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam penelitian ini validitas data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a) Membandingkan hasil pengamatan di lapangan dengan wawancara terhadap informan.
- b) Membandingkan hasil wawancara terhadap informan ketika ia berbicara mewakili diri sendiri dengan saat informan bertanggung jawab dalam redaksi.
- c) Membandingkan hasil wawancara dengan sumber dokumen dengan bentuk tertulis maupun foto terkait dengan Pasoepati.Net.

9. Kerangka Pemikiran

